

KURAMSAL AÇIDAN: EKCRAN

Alev ÜSTÜNDAĞ¹

Özcan DOĞAN²

Özet

Ekran ve medya; dünya görüşü, inanç, kültürel değer ve yönelim geliştirilmesinde önemli bir role sahiptir. Medya, günümüz gençliği üzerinde etkili olmakta ve hatta gençler üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Artık evlerde birden fazla kitle iletişim aracının bulunması da bu durum üzerinde etkilidir. Gençler, evleri dışında gittikleri ortamlarda farklı kitle iletişim araçları ile karşılaşabildikleri gibi sahip oldukları taşınabilir kitle iletişim araçlarını yanlarından ayırmayarak sürekli medyanın etkisi altında bulunmaktadır. Gençler, kitle iletişim araçlarını genellikle sosyal medya uygulamalarını kullanmak, müzik dinlemek, haberleri takip etmek, televizyon, dizi ve film izlemek için kullanmaktadır. Ayrıca çoğunlukla basmakalıp görüntü ve değerlerin dünyaya yayılmasını da sağlamaktadır. Medya, kültürel yönelimin aynası olmakla birlikte toplumu yönlendirerek toplumun temel unsuru olabilmektedir. Medyanın kişiler üzerindeki etkisi yeni tartışılan bir konu değildir. Bu konuda yerli ve yabancı pek çok araştırma yapılmıştır. Bu çalışmada, yetiştirme kuramı ve sosyal öğrenme kuramı temelinde medya ve etkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Ekran, Medya, Kuram, Yetiştirme Kuramı, Sosyal Öğrenme Kuramı

- 1 Dr. Çocuk Gelişimcisi. T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, Ankara. alev.ustundag@saglik.gov.tr
- 2 Prof. Dr. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümü, Ankara. ozcdogan@hacettepe.edu.tr

Giriş

Son yıllarda teknoloji ve kitle iletişim araçları alanlarında çok hızlı gelişmeler olmaktadır. Bu gelişmeler günümüz gençliği üzerinde etkili olmakta ve hatta gençler üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Artık evlerde birden fazla kitle iletişim aracının bulunması da bu durumu etkilemektedir. Gençler, sahip oldukları kitle iletişim araçlarını sürekli yanlarında taşımakta, ayrıca girdikleri ortamlarda da farklı kitle iletişim araçları ile karşılaşabilmektedir. Bu durum da gençlerin sürekli medyanın etkisi altında olmalarına sebep olabilmektedir. Gençler kitle iletişim araçlarını genellikle sosyal medya uygulamalarını kullanmak, müzik dinlemek, haberleri takip etmek, televizyon, dizi ve film izlemek için kullanmaktadır (Arslan, 2006; Akbulut, 2001).

Medya; dünya görüşü, inanç, kültürel değer ve yönelim geliştirilmesinde önemli bir role sahip olmasının yanı sıra, çoğunlukla basmakalıp görüntü ve değerlerin dünyaya yayılmasını da sağlamaktadır. Medya, kültürel yönelimin aynası olmakla birlikte toplumu yönlendirerek toplumun temel unsuru olabilmektedir (Groebel, 1998).

Kitle iletişim araçlarının çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri yeni tartışılan bir konu değildir. Bu konuda yerli ve yabancı pek çok araştırma yapılmıştır (Erjem ve Çağlayandereli, 2006; Balıkçioğlu ve Volkan, 2016). Araştırma sonuçları kitle iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun, çocuklar ve gençler üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu yönündedir. Kitle iletişim araçlarının çocukları ve gençleri pasif hale getirme, kalıp yargıları öğretme, saldırgan ve şiddet eğilimli modeller sunma, gerçekte olmayan hayatları temsil etme, obezite ve hareketsiz yaşama sebep olma gibi olumsuz etkilerinin yanı sıra, etkili eğitim programları ile çocukların gelişim sürecini destekleme, farklı yerler, uzak ülkeler ve dünya hakkında bilgilerini arttırma, olumlu davranışlar sergileyen modeller sunma gibi olumlu etkilerinin olduğu yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır (Büyükbaykal, 2007; Erjem ve Çağlayandereli, 2006; Arslan, 2006; Balıkçioğlu ve Volkan, 2016; Zorlu, 2016; Karaca ve Turnagöl, 2007; Cesur ve Paker, 2007; Aksaçoğlu ve Yılmaz, 2007; Weintraub ve Pinkleton, 2016; Mastro ve Sink, 2016).

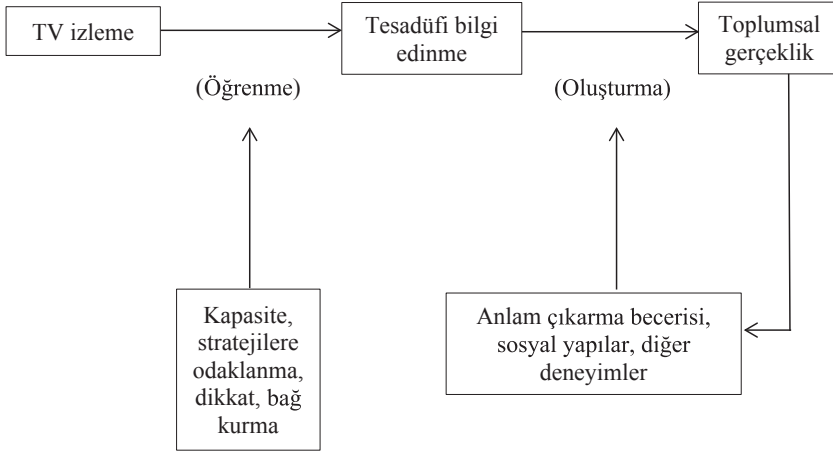
Kitle iletişim araçlarının çocuklar ve gençler üzerindeki etkilerini açıklayan birçok kuramsal yaklaşım bulunmaktadır. Yetiştirme ve sosyal öğrenme kuramı bunlardan ikisidir. Yetiştirme ve sosyal öğrenme kuramı, kitle iletişim araçlarının sunduğu toplumsal cinsiyet özelliklerinin gençlerin davranışları üzerinde nasıl ve neden önemli olduğunun anlaşılmasını sağlamaktadır (Mastro ve Sink, 2016). Bu çalışmada, yetiştirme kuramı ve sosyal öğrenme kuramı temelinde medya ve etkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

1. Yetiştirme Kuramı

Yetiştirme kuramı, George Gerbner tarafından 1960'ların sonunda geliştirilmiştir (Gerbner ve Gross, 1972). Kuram, televizyonun birey üzerindeki uzun süreli etkilerini incelemektedir. Yetiştirme kuramının temeli, insanların televizyon karşısında geçirdikleri süre ile televizyonda resmedilen toplumsal gerçeğe inanma olasılıkları arasında doğrudan bir ilişki olduğuna dayanmaktadır. Yani kişi televizyon karşısında ne kadar çok zaman geçirirse, televizyonda sunulan içeriğin gerçek olduğuna o kadar fazla inanmaktadır (Gerbner ve Gross, 1972; Gerbner ve ark, 1978). Cohen ve Weimann (2000) medya ve kitle iletişim araçları özellikle televizyon aracılığı ile iletilen imgeler ve ideolojik mesajların, bireylerin dünyayı algılama yapılarını büyük oranda etkilediğini ifade etmektedir.

Yetiştirme kuramına göre kitle iletişim araçları (özellikle de televizyon) tarafından oluşturulan mesajlara, değerlere ve standartlara uzun süre maruz kalma bireyin dünya görüşünü etkilemekte ve kendi gerçekliğini televizyon gerçekliğine dönüştürmesine neden olmaktadır. Bu etki özellikle televizyonu uzun süre seyredenlerde daha fazladır. (Gerbner ve ark, 2002). Yani televizyon başında fazla zaman geçirenler, bir süre sonra, televizyonda yinelenen mesaj ve değerlerden yansıyan dünya görüşüne sahip olmaktadır (Morgan ve Shanahan, 1992).

Yetiştirme Kuramının kavramsal modeli aşağıdaki şekilde şematize edilmiştir.



Şekil 1. Yetiştirme kuramının kavramsal modelinin şematik gösterimi
(Hawkins ve Pingree, 1983)

Gerbner ve Gross (1972)'a göre televizyon insanların davranışlarının standartlaştırılmış rol ve davranışlara dönüştürülmesinin bir aracıdır. Televizyonun işlevi tek kelime ile “*kültürel*”dir. Yetiştirme Kuramında Gerbner, üç kavrama dikkat çekmektedir. Bunlar; kurumlar, mesajlar ve halklar’dır. (Gerbner, 1998; Morgan ve Shanahan, 2010). Yetiştirme kuramında üç temel varsayım bulunmaktadır (Gerbner ve Gross, 1972).

1. Televizyon, diğer kitle iletişim araçlarından temel olarak farklıdır.

Bu ilk varsayım televizyon ile diğer kitle iletişim araçları arasındaki farklılıkları ifade etmektedir. Televizyon, görsel ve işitsel bir araçtır ve izleyicilerin okuryazar olması gerekmemektedir. Ayrıca herkesin evinde bulunan bir araçtır, kullanımı ve ulaşılması da kolaydır. Televizyonun en önemli özelliği ise içeriğinin herkes tarafından kavranabilir olmasıdır (Gerbner ve ark, 1978).

Gerbner, Gross, Morgan ve Signoriell (1986) eski zamanlarda sosyal eğilimler üzerinde din veya eğitimin günümüzde ise imge ve mesajların sık tekrar edilmesi ve bireyin bu içeriklere daha fazla maruz kalması sebebiyle televizyonun daha etkili olduğunu ileri sürmektedirler.

Bu araştırmacılara göre birey, bebeklik döneminden itibaren televizyon ile büyümekte ve televizyondan edindiği bilgi, mesaj ve değerlerle kendi beceri, yatkınlık ve tercihlerini geliştirmektedir. West ve Turner (2014)'e göre televizyon, basılı kitle iletişim araçlarının tersine, kitlesel olarak üretilmiş mesaj ve görüntüleri tekrar eden örüntüsü nedeniyle daha düşük bir maliyete sahiptir. Gerbner ve arkadaşlarına (1978) göre ise televizyon, toplumun merkezi kültürel silahı haline gelmiştir.

2. Televizyon, toplumdaki bireylerin birbirleri hakkındaki düşüncelerini ve birbirleriyle olan ilişkilerini şekillendirir.

Gerbner ve Gross (1972)'a göre televizyon bireyin yaşam becerileri üzerinde etkilidir. Bireyin yaşadıkları ve yaşadıklarının sonucunda geliştirdiği tutum ve davranışları etkileyerek bir bilinç oluşturmaktadır. Başka bir ifade ile televizyon tarafından yaratılan gerçekler, gerçek gerçeklere değil spekülasyonlara dayanmaktadır. Gerbner, yaptığı gözlemler sonucunda, insanların günde ortalama yedi saatten fazla televizyon izledikleri sonucuna ulaşmıştır. Televizyon insanlara "*hikayesini anlatan merkezi bir sistem*" sunmaktadır (Gerbner, 1998). İnsanlar televizyonda anlatılan hikâyelerle yaşamakta ve televizyon insanlara bu hikâyeleri çoğu kez haber, dizi ve reklam yoluyla anlatmaktadır (Gerbner, 1998).

Gebner (1998), televizyonun temel kültürel işlevinin, sosyal kalıpları sağlamlaştırmak olduğunu savunmaktadır. Yetiştirme Kuramına göre birey, televizyonda şiddet içerikli yayınları izledikten sonra şiddetin kötü bir davranış olduğuna değil, genelleme yaparak içinde yaşadığı dünyanın şiddet dolu olduğuna inanmakta, bu nedenle korku ve endişe duymaktadır (Gerbner ve ark, 1978).

3. Televizyonun etkileri sınırlıdır.

Üçüncü varsayıma göre televizyon, sosyokültürel sistemin bir parçasıdır. Bu nedenle, televizyon izlemenin etkileri bazen fazla bazen az olsa da sürekli bir etki mevcuttur (Gerbner ve ark, 1978).

Gerbner, televizyon içeriklerine uzun süreli maruz kalmayı buz devrine benzetmektedir. Birkaç derecelik sıcaklık değişimi nasıl buzul çağına yol açabiliyorsa seyredilen birkaç dakikalık içerik de farkında

olmadan bireyi etkileyebilmektedir. Birey izlediği içerikten o an etkilendiğini düşünüyorsa bile, genel olarak değerlendirildiğinde uzun süreli izleme, yaygın etki yaratmakta ve bireyin kişisel bakış açısını değiştirmektedir (Gerbner, 1998; Gerbner, 1994). Bu etkinin boyutu televizyonda izlenen programın içeriğine (şiddet vb.) göre değişiklik göstermektedir (Gerbner ve ark, 1980a). Bu varsayıma göre televizyondaki örneğin şiddet içeriklerinin toplamına odaklanmak yerine izlenen şiddet içerikli programların bir etkisi olduğu gerçeğine odaklanmak daha önemlidir (Gerbner ve Gross, 1972; Gerbner ve ark, 1980b). West ve Turner (2014) da televizyon izlemenin zamanla dünyayı algılayışımızı değiştirdiğini savunmaktadır.

Yetiştirme kuramı, televizyon seyretmekten çok televizyonun seyredenler üzerindeki etkilerinden bahsetmektedir. Sunulan içerikler bireylerin olgu, inanç ve değer yargıları üzerinde etkilidir (DeMars, 2000). Genel olarak, uzun süre televizyon izleyenlerin gerçek dünya ile ilgili inançları, televizyonda sunulan, tekrar eden ve vurgulanan görüntüler ve temalar ile tutarlılık göstermektedir (Gerbner, 1994). Bu nedenle uzun süre televizyon seyretme, “televizyon biçiminde” bir dünya görüşü geliştirmektedir (Hawkins, Pingree ve Alter, 1987).

Televizyon seyircilerinin, demografik özellikleri birbirinden farklılık gösterdiği için televizyon izleme süreleri ile toplumsal gerçeklik algısı oluşturmaları arasında da farklılık bulunabilmektedir (Gerbner ve ark, 1980b). Wyer ve Unverzagt (1985) televizyon izlemenin bireyler üzerindeki etkilerini incelemek ve televizyon gerçekliği kuramıyla ilişkisini açıklamak için birçok araştırma yapıldığını ifade etmiştir.

Yetiştirme kuramı, televizyonun toplum üzerindeki etkilerini inceleyen üç aşamalı bir sürecin son aşamadır (Gerbner ve ark, 1986). Bu aşamaların ilki kurumsal süreç analizi, ikincisi mesaj sistemi analizi ve üçüncüsü de yetiştirme teorisi (Gerbner ve ark, 1980b). Yetiştirme teorisi televizyonun makro sistemlerine ve bir bütün olarak toplum üzerindeki etkisine odaklanırken, ilk iki adım medya mesajlarının oluşturulması ve bu mesajların bir kitleye nasıl görüntülediğine odaklanmaktadır (Potter, 2014).

- 1. Aşama: Mesaj Sistem Analizi:** Kuramın ilk kısmı olarak bilinen mesaj sistem analizi, 1967'den beri medya içeriğindeki en kalıcı ve tekrar eden görüntüleri izlemek için kullanılmaktadır (Gerbner ve ark, 1980b). Yerleştirme kuramı araştırmacıları mesaj sistem analizini temel almaktadır. Mesaj analiz sisteminde bireylerin düşüncelerinin televizyonun etkisi ile türetildiği varsayılmaktadır. Yani bireyler hayat görüşlerini geliştirip şekillendirirken izlemeyi tercih ettikleri televizyon içeriklerinden yola çıkmaktadır (Morgan ve Shanahan, 1999). Bu aşama, belirli bir medya içeriğindeki kalıcı görüntüler, temalar ve mesajlar hakkında ayrıntılı bir içerik analizi yapmayı gerektirmektedir (Gerbner ve ark, 1986). Gerbner (1998) tarafından geliştirilen mesaj sistemi analizinin bir diğer özelliği, Griffin (2012)'in "eşit şiddet, eşit olmayan risk" durumu ile örtüşmektedir. Griffin (2012)'e göre Gerbner tarafından yapılan araştırmalar, kitle iletişim araçlarında gösterilen görüntülerin toplumun her kesimini eşit düzeyde etkilemediği yönündedir. Örneğin; çocuklar ve yaşlılar şiddet konusuna genç ya da orta yaşlı erişkinlere göre daha duyarlıdır. Gerbner (1994), yaptığı içerik analizlerinde azınlık gruplarına yönelik şiddet eğiliminin daha fazla olduğunu keşfetmiştir. Benzer bir eşitsizlik durumunu yaşayan bir diğer grup da kadınlardır. Televizyonda genellikle azınlık gruplar ve kadınlar şiddete uğramaktadır (Gerbner ve ark, 1986).
- 2. Aşama: İzleyicilerin Sosyal Gerçekleri İle İlgili Sorular:** Bu yaklaşımın ikinci kısmında bireylerin gerçeklik algılarının belirlenmesi için sorular sorulması yer almaktadır. Gerçeklik algısının belirlenebilmesi, günlük yaşamın anlaşılabilmesini sağlamaktadır (Morgan, 1995).
- 3. Aşama: Seyirciyi Araştırmak:** Bu yaklaşımın üçüncü aşaması, ikinci aşamayı harekete geçirmektedir. Bu aşamada izleyicilerin hayatlarını anlamak için onlara sorular sorulmakta ve televizyon izleme süreleri araştırılmaktadır (Morgan, 1995).

4. Aşama: Yetiştirme Farkları: Bu yaklaşımın son aşaması yetiştirme farkıdır. Bu durum, “az ve çok televizyon izleyenler arasında verilen yanıtların farklılığının yüzdesi” olarak tanımlanmaktadır (West ve Turner, 2014). Griffin (2012)’e göre yetiştirme kuramının temelinde ilgilendiği nokta; uzun süre televizyon izleyen bireylerin televizyon içeriklerinden nasıl etkilendikleridir. Gerbner (1994), televizyonun seyirciler üzerindeki etkisinin tek yönlü olmadığını, televizyonun toplumsal gerçeklik kavramına katkıda bulunma durumunun, tek yönlü ve tek parçalı bir süreç anlamına gelmediğini ifade etmektedir. Bu yapı karmaşıktır ve ince ayrıntılara sahiptir. Dolayısıyla kuram, televizyon içeriği ve seyirci arasındaki etkileşimi ifade etmektedir (Gerbner ve ark, 1986). Gerbner (1998), çok uzun süre televizyon izleyen bireylerin medyada gördüklerinden etkilendiklerini ve bir süre sonra televizyonda verilen görüşle aynı görüşe sahip olduklarını belirtmiştir. Griffin (2012)’e göre Gerbner; kişinin hayatında “televizyondan önce” aşamasının olmadığını, medyanın doğduğu andan itibaren kişiyi etkilediğini ifade etmiştir. Griffin (2012)’e göre Gerbner’in üzerinde durduğu dört durum bulunmaktadır. Bunlar; bireyin şiddet olayına karışma ihtimali, geceleri yalnız yürümekten korkma durumu, polisin hareket halinde olmasından korkma ve insanlara karşı genel bir güvensizliktir. Gerbner (1994) kişinin televizyon izleme süresi arttıkça gerçek yaşamında şiddete maruz kalacağı düşüncesinin de artacağını savunmaktadır. Ayrıca bireyin geceleri yalnız yürümekten korkma ihtimalinin de daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Sonuç olarak, çok televizyon seyredenlerin az veya orta seviyede televizyon seyredenlere göre güven problemi yaşadıklarını ifade etmektedir. Dünyadaki bu şüpheli görünümü de ortalama dünya sendromu olarak tanımlamaktadır.

Yetiştirme kuramının iki anahtar terimi bulunmaktadır. Bunlar yaygın görüş haline getirme ve rezonans’tır (Gerbner ve Gross, 1972).

1. Yaygın Görüş Haline Getirme

Yaygın görüş haline getirme; farklı gruplardan oluşan ve çok uzun süre televizyon izleyenlerin, televizyonda aynı görüntü ve mesajlara uzun süre maruz kalmaları sonucunda ortak bir dünya bakış açısı geliştirdikleri bulaşma, uyum sağlama ve esneme işlemi olarak tanımlanmaktadır (Gerbner ve ark, 1980b; Morgan ve Shanahan, 1999). Televizyonun yaygınlaşması da toplumda merkezi olması açısından önemli bir rol oynamaktadır (Griffin, 2012).

Yaygın görüş haline getirme, kitle iletişim araçlarının dengelendiği ve bakış açılarını karıştırdığı bir süreçtir (Gerbner ve ark, 1980b). Çok fazla televizyon seyredenler nadiren televizyon seyredenlere göre televizyon programları tarafından çevrelenmiş dünyadan, özellikle izleyicinin ilk elden deneyim sahibi olduğu konulardan daha fazla etkilenmektedir (Gerbner ve ark, 1986). Nadiren televizyon izleyenler çok fazla izleyenlere göre yaşadıkları problemlere daha fazla çözüm yolu bulmaktadır (Özer, 2004; Perse, 1990).

2. Rezonans

Rezonans, televizyondaki görüntülerin gerçek günlük gerçeklerle uyduğu zaman ortaya çıkmaktadır (Gerbner ve ark, 1980a). Gerbner (1998), bu durumun, yani tekrarlayan mesajların yerleştirmeyi güçlendiren çift doz etki sağladığını belirtmektedir.

Yerleştirme kuramına göre televizyonda yer alan mesajlar bireyle-
rin davranışlarını etkilemektedir. Az televizyon izleyenler ile çok televizyon izleyenler arasında yerleştirme etkisi farkı bulunmaktadır (Morgan ve Shanahan, 1992). Bu durumla ilgili hipotezler aşağıdaki gibidir (Moon ve Blaney, 2007; Potter, 1993):

H1: Televizyonda çok fazla şiddet programı izleyenlerin tutum, değer ve inançları az televizyon izleyenlere göre daha fazla şiddet içermektedir.

H2: Televizyonda moda programlarını daha fazla izleyen kadınlar zayıf olmanın iyi ve önemli olduğuna az izleyenlere göre daha fazla inanmaktadır.

H3: Televizyonda moda programlarını daha fazla izleyen kadınlar, az izleyenlere göre beden yapıları ve dış görünüşlerinden daha az memnundur.

H4: Yaşam tarzı ile ilgili programları çok daha fazla izleyenler, az izleyenlere göre yaşam tarzı konusunda daha ileri bilgi düzeyine sahiptir.

H5: Yaşam tarzı ile ilgili programları çok daha fazla izleyenler, yaşam tarzı ile ilgili programları az izleyenlere göre sosyal davranışlarının daha gelişmiş olduğunu düşünmektedirler.

H6: Sağlık ile ilgili programları çok daha fazla izleyenler, az izleyenler göre sağlık durumları ile daha yakından ilgilidir.

H7: Çok fazla televizyon izleyen öğrenciler, az televizyon izleyen öğrencilere göre daha düşük okul başarısı göstermektedir.

H8: Çok fazla televizyon izleyenlerin tutum, değer ve inançları az televizyon izleyenlere göre farklılık göstermektedir.

Yapılan birçok araştırmada uzun süre televizyon izleyenlerin depresif ve yalnız olma, yabancılaşma hissi, güvensizlik ve dünyayı kötü bir yer olarak düşünme eğilimleri daha kısa süre televizyon izleyenlere göre daha yüksek bulunmuştur (Shrum, 2001; Bushman ve Huesmann, 2006; Kottak, 2016; Greenfield, 2014).

Özetle televizyon, izleyicilerin düşüncelerini, inanışlarını, davranışlarını ve kişiliklerini etkileme ve şekillendirme gücüne sahiptir (Gerbner, 1998). Kuram, medyanın genel olarak dünyayı yansıtmayan bir dünya imgesi sunduğunu savunmaktadır (Gerbner ve ark, 1986). Televizyon görüntüleri, gerçekte var olanın abartılı hâlidir. Televizyonda, çok sayıda yakışıklı erkek, güzel kadın, suç, servet ve şiddet bulunmaktadır (Gerbner ve ark, 2002). Sonuç olarak, insanlar gerçek dünyayı çarpıtılmış bir şekilde algılamakta ve bir “televizyon perspektifiyle” gerçekliği izlemektedir (Griffin, 2012). Televizyon ırk, cinsiyet ve cinsellik gibi çeşitli sosyal ve kültürel dinamikler üzerine birçok fikir ve düşünce sunmaktadır. Sunum süresince çeşitli insan gruplarının sabit bir görüntüsü oluşmakta ve izleyiciler bu fikirleri özümsemeye başlamaktadır (Dominick, 1990; McQuail ve Windahl, 1993). Medya içeriğine sürekli

maruz kalma insanlardaki belirli değerleri, inançları, tutumları ve arzuları geliştirmektedir. Bu yeni ön yargılı kavramlar izleyicinin dünyayı algılayışını şekillendirmekte ve nihai olarak başkalarının da onları nasıl algıladığını etkilemektedir. Günümüz dünyasında, yaşadığı toplumun normları, değerleri ve bakış açısının karmaşık ağını anlamak için insanlar giderek diğer kitle iletişim araçlarından daha fazla televizyona bağımlı hâle gelmeye başlamışlardır (Dominick, 1990; McQuail ve Windahl, 1993; Hammermeister ve ark., 2005; Evra, 1990). Yetiştirme kuramı araştırmaları, televizyonu mesajlar sistemi olarak görmek ve seyirciler üzerindeki işlevini ve sonuçlarını anlamaya çalışmaktadır.

2. Sosyal Öğrenme Kuramı

Bu kurama göre izleyici televizyondan model alma yoluyla etkilenebilir. Model alma sosyal öğrenme kuramının temel kavramları arasında bulunmaktadır. Psikoloji, eğitim ve iletişim alanlarında kullanılan sosyal öğrenme kuramı bireyin bilgi edinme yönteminin başkaları ile kurduğu sosyal etkileşimler, deneyimler ve dış ortam etkileri bağlamında gözlemlenmesiyle doğrudan ilişkili olabileceğini kabul etmektedir (Bandura, 1977). Sosyal öğrenme kuramına göre insanlar bir davranış sergileyen bir modeli ve bu davranışın sonuçlarını gözlediklerinde olay dizisini hatırlamakta ve sonraki davranışlarını yönlendirmek için bu bilgiyi kullanmaktadır. Bir modelin gözlenmesi izleyicinin daha önce öğrendiği davranışları kullanmasını da sağlayabilmektedir (Bandura, 2002; Bandura, 1986). Başka bir ifadeyle, insanlar yalnızca onları denemek, başarılı ya da başarısız olmak amacıyla yeni davranışlar öğrenmemekte aksine, onaylanan ve kabul gören insan davranışlarının devam etmesi için başkalarının davranışlarını kopyalamaktadır. Gözlemci, davranışları ve davranışların sonucunda insanlara ödül ya da ceza verilmesine bağlı olarak model aldıkları davranışları tekrar etmeyi seçebilmektedir (Bandura, Ross ve Ross, 1963; Bandura, 2001). Medya, birçok insan için farklı ortamda çok çeşitli modeller sunmaktadır (Bandura, 1977).

Sosyal öğrenme kuramına göre başkalarını gözlemleyerek öğrenilen davranışlar kişinin merkezi olabilmektedir. Sosyal psikologlar, kişinin büyüdüğü ortamın, sergilediği davranışlara etki ettiğini kabul etmekle birlikte bireysel yapının (ve dolayısıyla biliş) da en az çevre kadar önemli olduğunu belirtmektedirler. İnsanlar çevreyi ve davranışları başkalarını gözlemleyerek öğrenmektedir. İnsan-çevre-davranış, öğrenmenin temel faktörünü oluşturmaktadır (Bandura, 2001).

Çevre, kişinin davranışını etkileyebilecek faktörleri belirtmektedir. Çevre, sosyal ve fiziksel çevre olarak ikiye ayrılmaktadır. Sosyal çevre; aile üyeleri, arkadaşlar ve meslektaşları içermektedir. Fiziksel çevre ise, odanın büyüklüğü, ortam sıcaklığı veya yiyeceklerin bulunması anlamına gelmektedir. Çevre ve durum insan davranışlarını anlamak için genel bir çerçeve oluşturmaktadır (Parraga, 1990). Durum, çevrenin kişinin davranışını etkileyebilecek bilişsel ya da zihinsel sembollerini ifade etmektedir. Durum, bireyin zaman-fiziksel ve özellikler-aktivite arasındaki bağı algılamasıdır (Glanz, Rimer ve Lewis, 2002).

Çevre, insan ve davranış üçgeni birbirini sürekli etkilemektedir. Davranış sadece çevre ve insanın sonucu olmadığı gibi, çevre de sadece insanın ve davranışın sonucu değildir (Glanz, Rimer ve Lewis, 2002). Çevre davranış için modeller sağlamaktadır. Gözlem yoluyla öğrenme, bir kişinin başka bir kişinin davranışlarını ve davranışlarının sonucunu izlediği zaman ortaya çıkmaktadır (Bandura, 1997). Davranış pek çok açıdan görülebilmektedir. Davranış yeteneği, bir kişinin bir davranışı gerçekleştirebilmesi için davranışın ne olduğunu bilmesi ve bunu gerçekleştirecek becerilere sahip olması anlamına gelmektedir (Bussey ve Bandura, 1999).

Gözlem yoluyla öğrenme için dikkat, hafızada tutma, gerçekleştirme ve motive edici sonuç gerekmektedir. *Dikkat*; gözlemcinin bilgi, yetenek, değerler gibi bazı kişisel özelliklere bağlı olarak belirli bir sosyal davranışa seçici olarak dikkat etmesidir. *Hafızada tutma*; bir davranış ve sonuçlarının gözlemlenmesi ve daha sonra bu gözleme göre davranışın gelecekte yeniden sergilenmesi için hafızada erişilebilen bir sembole dönüştürülmesidir. Olumlu bir davranış sergilendiği zaman olumlu bir

sonuç olması davranışın uygulanma ihtimalini arttırmaktadır. Benzer bir durum olumsuz davranışlar için de geçerlidir. *Gerçekleştirme*; gözlemlenen davranışın hafızada tutulması yoluyla davranışın eyleme dönüştürülmesinin simgesel temsilini ifade etmektedir. Davranışın gerçekleştirilmesi sırasında, kişinin başkalarından olumlu geri bildirim alması, davranışın gerçekleştirilme sıklığını arttırabilmektedir. *Motive edici sonuç*; gözlemcinin bu davranışını tekrar gerçekleştirirken çevresinden aldığı sonuçlara bağlı olarak bir davranışı yeniden gerçekleştirmesidir (Bandura, 2002; Bandura, 1986; Pajares ve Schunk, 2001).

Sonuç ve Öneriler

Kuramlarla da açıklandığı gibi kitle iletişim araçları (özellikle de televizyon) insanların düşünce yapıları üzerinde çeşitli etkilere sahiptir. Kitle iletişim araçları tarafından oluşturulan mesajlara, değerlere ve standartlara uzun süre maruz kalma izleyicinin dünya görüşünü etkileyebilmektedir. Birey kendi gerçekliğini oluştururken televizyon gerçekliğinden faydalanmaktadır. Uzun süre televizyon izleyenler ile daha az izleyenler arasında belirgin farkların bulunması bu sonucu desteklemektedir (Gerbner ve ark, 2002). Yani televizyon başında fazla zaman geçirenler bir süre sonra televizyonda yinelenen mesaj ve değerlerden yansıyan dünya görüşüne sahip olmaktadır.

Üstündağ ve Doğan (2016, 2017), 10-14 ve 15-18 yaş arası gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve en çok izledikleri dizilerin tespit edilmesini amaçladıkları araştırmalarında; gençlerin televizyon izlemeyi sevdikleri, günde ortalama iki saatlerini haftada en az 14 saatlerini televizyon karşısında geçirdikleri, ekran karşısında geçirilen vaktin yarısında dizi izledikleri, dizi karakterlerini sevdikleri ve model aldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Krebs (1970)'e göre; model alınan kişiler, olumlu sosyal davranışların geliştirilmesi üzerinde etkilidir. Bu nedenle; iyi ve olumlu sosyal davranış modellerinin daha fazla sunulması, gençlerin bu davranışları içselleştirmesini ve uygulamasını sağlayabilecektir. Gençlerle yapılacak çalışmalarda bu etkinin göz önünde bulundurulması gerektiği düşünülmektedir. Çünkü gençlerin izledikleri içeriklerin

ve model aldıklarını ifade ettikleri karakterlerin, model alma yoluyla öğrenmenin etkisiyle, eğitim, öğrenme ve kişilik gelişimleri üzerinde etkileri olacağı düşünülmektedir.

FROM THEORETICAL PERSPECTIVE: SCREEN

Abstract

The screen and media have an important role in developing worldview, belief, cultural value and orientation. The media has an impact on today's youth and even young people plays an important role. The presence of more than one mass media in the home is also effective on this situation. While young people go outside their homes, they are exposed to different media tools ,and they are constantly under the influence of the media by not taking (leaving) their portable media tools with them: laptops, tablets, phones Young people often use media tools to use social media applications, to listen to music, to follow news, to watch TV, series and movies. It also often allows stereotyped images and values to spread to the world. Media can be a basic element of society by directing the society together with being the same as (in addition to mirror of) the cultural orientation. The influence of the media on people is not a new issue. Many domestic and foreign researches have been carried out in this subject. In this research, the media and media effect has been tried to be explained on the basis of the theory of cultivation and social learning theory.

Key words: screen, media, theory, cultivation theory, social learning theory

Kaynakça

- AKBULUT, N. (2001). Televizyon çocukları. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 11:363-367.
- AKSAÇOĞLU, A. G. ve Yılmaz, B. (2007). Öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerine etkisi. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(1):3-28.

- ARSLAN, A. (2006). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 1(1):1-12.
- BALIKÇIOĞLU, B. ve Volkan, P. (2016). Sosyal medya, televizyon ve akran iletişiminin materyalizm ve gösteriş tüketimi üzerindeki etkisi: tüketici sosyalleşmesi perspektifi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(35):299-319.
- BANDURA, A. (2002). *Social cognitive theory of mass communication*. Bryant J, Oliver MB editors. Media effects: advances in theory and research. New York: Routledge.
- BANDURA, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3):265-299.
- BANDURA, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: Freeman.
- BANDURA, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- BANDURA, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2):191-215.
- BANDURA, A., Ross, D. ve Ross, S. A. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. *J.Abnorm. Soc. Psychol*, 66:3-11.
- BUSHMAN, B. J. ve Huesmann, L. R. (2006). Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 160(4):348-352.
- Büyükbaykal, G. (2007). Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 28:31-44.
- BUSSEY, K. ve Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychology Review*, 106:676-713.
- CESUR, S. ve Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların TV programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19):106-125.
- COHEN, J. ve Weimann, G. (2000). Cultivation revisited: some genres have some effects on some viewers. *Communication Reports*,

- 13(2):99-114. Erjem, Y. ve Çağlayandereli, M. (2006). Televizyon ve gençlik: Yerli dizilerin gençlerin model alma davranışı üzerindeki etkisi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1):15-30.
- DEMARS, T. R. (2000). *Modeling Behavior From Images of Reality in Television Narratives*. USA: The Edwin Mellen Press, Ltd.
- DOMINICK, J. R. (1990). *The dynamics of mass communication*. New York: McGraw-Hill.
- EVRA, J. V. (1990). *Television and child development*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- GERBNER, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. ve Shanahan, J. (2002). *Growing up with television: Cultivation processes*. Bryant J, Zillmann D, editors. *Media effects: Advances in theory and research*. New York: Routledge Press.
- GERBNER, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 3(4):175-194.
- GERBNER, G. (1994). *The politics of media violence: some reflections, in Mass Communication Research: On problems and policies. The art of asking the right questions*. Halloran JD, Hamelink CJ, Linne O, editors. Norwood NJ: Ablex.
- GERBNER, G., Gross, L., Morgan, M. ve Signorielli, N. (1986). *Living with television: The dynamics of the cultivation process. Perspectives on media effects*. Bryant J, Zillman D, editors. Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- GERBNER, G., Gross, L., Signorielli, N. ve Morgan, M. (1980a). Aging with television: Image on television drama and conceptions of social reality. *Journal of Communication*, 30:37-47.
- GERBNER, G., Gross, L., Morgan, M. ve Signorielli, N. (1980b). The mainstreaming of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3):10-29.

- GERBNER, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S. ve Signorielli N. (1978). Cultural indicators violence profile no. 9. *Journal of Communication*, 28(3):176-207.
- GERBNER, G. ve Gross, L. (1972). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2):172-194.
- GLANZ, K., Rimer, B. K. ve Lewis, F. M. (2002). *Health behavior and health education. theory, research and practice*. San Fransisco: Wiley & Sons.
- GREENFIELD, P. M. (2014). *Mind and media: The effects of television, video games, and computers*. New York: Psychology Press.
- GRIFFIN, E. (2012). *Communication Communication Communication*. 8th edition. New York: McGraw-Hill.
- GROEBEL, J. (1998). *The UNESCO global study on media violence*. Study for UNESCO. Paris.
- HAMMERMEISTER, J., Brock. B., Winterstein. D. ve Page, R. (2005). Life without TV? Cultivation theory and psychosocial health characteristics of television-free individuals and their television-viewing counterparts. *Health Communication*, 17(3):253-264.
- HAWKINS, R.P., Pingree, S. ve Alter, I. (1987). Searching for cognitive processes in the cultivation effect: Adult and adolescent samples in the United States and Australia. *Human Communication Research*, 13(4):553-557.
- HAWKINS, R. P. ve Pingree, S. (1983). Television's influence on social reality. *Mass communication review yearbook*, 5:53-76.
- KARACA, A. ve Turnagöl, H. H. (2007). Çalışan bireylerde üç farklı fiziksel aktivite anketinin güvenilirliği ve geçerliği. *Spor Bilimleri Dergisi*, 18(2):68-84.
- KREBS, D. L. (1970). Altruism-an examination of the concept and review of the literatüre. *Psychological Bulletin*, 73:258-303.
- KOTTAK, C. P. (2016). *Prime-time society: An anthropological analysis of television and culture*. Routledge.

- MASTRO, D. E. ve Sink, A. C. (2016). *Phenotypically Bias On Television? A Quantitative Content Analytic Examination Of Primetime Programming*. Cepeda M, Casillas D, editors. The Routledge Companion to Latina/o Media. New York: Routledge Press.
- McQUAIL, D. ve Windahl, S. (1993). *Communication models for the study of mass communication*. London: Longman.
- MOON, K. ve Blaney, J. (2007). Cultivation theory definition. Final paper. Erişim 25 Aralık 2016, <https://pdfs.semanticscholar.org/dfd4/ca391731cdd56871e4e6c9efc0d8d0786136.pdf>
- MORGAN, M. ve Shanahan, J. (2010). The State of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2):337-355.
- MORGAN, M. ve Shanahan, J. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- MORGAN, M. (1995). *A different road of taken*. Lent JA editör. The Critical Contribution of George Gerbner. WestviewPress.
- MORGAN, M. ve Shanahan, J. (1992). *Comparative cultivation analysis television and adolescents in argentina and taiwan. Mass media effects across cultures*. Korzenny F, Ting-Toomey S, editors. Newbury Park CA: Sage Publication.
- ÖZER, Ö. (2004). Yetiştirme kuramı: Televizyonun kültürel işlevlerinin incelenmesi. Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi.
- PAJARES, F. ve Schunk, D. H. (2001). *Self-beliefs and school success: Self-efficacy, self-concept, and school achievement*. Self-perception. Riding R, Rayner S, editors. London: Ablex Publishing.
- PARRAGA, I. M. (1990). Determinants of food consumption. *Journal of American Dietetic Association*, 90:661-663.
- PERSE, M. E. (1990). *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. Signorielli N, Morgan M, editors. Cultivation and involvement with local television news. Sage Publication.
- POTTER, W. J. (2014). A critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6):1015-1036.

- POTTER, W. J. (1993). Cultivation theory and research. *Human Communication Research*, 19(4):564-601.
- SHRUM, L. J. (2001). Processing strategy moderates the cultivation effect. *Human Communication Research*, 27(1):94-120.
- ÜSTÜNDAĞ, A. ve Doğan, Ö. (2017). 15-18 yaş arası ergenlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve en çok izledikleri diziler. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(11):627-646.
- ÜSTÜNDAĞ, A. ve Doğan, Ö. (2016). 10-14 yaş arası gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve çok izledikleri diziler. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 43:77-97.
- WEINTRAUB Austin, E. ve Pinkleton, B. E. (2016). The viability of media literacy in reducing the influence of misleading media messages on young people's decision-making concerning alcohol, tobacco, and other substances. *Current Addiction Reports*, 3(2):175-181.
- WEST, R. ve Turner, L. H. (2014). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Fourth Edition. New York, NY: McGraw Hill Education.
- WYER, R.S. ve Unverzagt, W. U. (1985). Effects of instructions to disregard information on its subsequent recall and use in making judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(3):533-549.
- ZORLU, Y. (2016). Medyadaki şiddet ve etkileri. *Humanities Sciences*, 11(1):13-32.